



大学生のTwitter 使用における社会的比較と友人関係満足度との関係

著者	中田 周育
内容記述	筑波大学修士 (図書館情報学) 学位論文・令和元年9月25日授与(41486号)
発行年	2019
URL	http://hdl.handle.net/2241/00161350

大学生の Twitter 使用における
社会的比較と友人関係満足度との関係

筑波大学

図書館情報メディア研究科

2019 年 9 月

中田周育

目次

1. 本研究の背景	1
1.1 社会的比較とは	1
1.2 社会的比較の種類と個人の特性の関係	1
1.3 社会的比較と SNS 使用の関係	3
1.4 Twitter における社会的比較	3
1.5 研究目的	6
1.5.1 Twitter 上の社会的比較に関する仮説	6
1.5.2 個人の特性・Twitter 使用に関する仮説	7
1.6 本研究の構成	9
2. 研究方法	10
2.1 調査対象者	10
2.2 調査項目	10
3. 結果	13
3.1 分析対象者	13
3.2 分析対象者の属性	13
3.3 分析対象者のデバイスの利用状況	13
3.4 分析対象者の Twitter 利用情報	13
3.5 分析対象者の Facebook の利用情報	16
3.6 各尺度の信頼性	17
3.7 分析で使用する変数について	18
3.8 相関分析の結果	19
3.9 重回帰分析の結果	21
3.10 共分散構造分析(SEM)の結果	21
3.10.1 本研究で検討を行ったモデル	21
3.10.2 フォローしている人との関係を考慮しないモデルの分析結果	22
3.10.3 フォローしている人との関係を考慮したモデルの分析結果	23
4. 考察とまとめ	26
4.1 各仮説について	26
4.2 まとめと課題	28
参考文献	29
謝辞	32

図目次

図 1	2016 年における Twitter と Facebook の年齢毎の使用率.....	4
図 2	本研究で検討するモデル	8
図 3	本研究で検討したモデル	21
図 4	最終的に検討したモデル	22
図 5	フォローしている人との関係を考慮しないモデルの結果	22
図 6	友人との関係を考慮したモデル.....	23
図 7	入学前の友人・知人の結果.....	24
図 8	大学の友人・知人の結果	24
図 9	実際に会う大学の友人・知人の結果	25
図 10	大学の親友の結果.....	25

表目次

表 1	閲覧時の興味内容と投稿時の内容	11
表 2	Twitter における社会的比較の認知.....	11
表 3	Twitter における社会的比較の方向.....	12
表 4	分析対象者の属性.....	14
表 5	分析対象者のデバイスの利用状況	14
表 6	Twitter の利用情報.....	15
表 7	Facebook の利用情報	16
表 8	各尺度の信頼性.....	17
表 9	実際の社会的比較の因子分析の結果(バリマックス回転)	18
表 10	各変数の相関関係.....	20
表 11	重回帰分析の結果.....	21
表 12	各モデルの適合度.....	23

大学生の Twitter 使用における社会的比較と

友人関係満足度との関係

1. 本研究の背景

1.1 社会的比較とは

社会的比較(social comparison)とは、「自分と他者とを比較することの総称」と定義される(Festinger, 1954)。Festingerによれば、人間は自分の意見や能力を評価しようとする性質をもっており、意見や能力の評価が客観的手段により行えない場合は他者と自分を比較する。社会的比較を行う際、自分と特徴や背景が類似した他者と比較を行うことで、正確な自己評価をすることができるとしている。実際に高田(1999)が小学生、中学生、高校生、大学生、若年成人、中年成人の日常生活における社会的比較を調査した結果では、比較の相手として同年齢の他者、友人が総じて多く選ばれており、類似した他者として比較が行われている。高田の調査において、高校生と大学生が他の年代に比べて社会的比較を多く行っているという結果が報告されている。高校生や大学生は能力や性格等、自己概念を構成する要素の社会的比較を行っており、比較をする理由として自己の不確実感などが挙げられている。

青年期はアイデンティティの確立が求められ、自己概念を明確にしようとする傾向が高まるが(上瀬・堀野, 1995)、高田はこの結果から青年期の不安定な自己を明確に認識するために社会的比較が行われていると述べている。青年期における社会的比較は他者との比較によって自己評価し自分に関する理解を深めアイデンティティを確立していく役割があると考えられる。村本(1989)の高校生を対象にしたアイデンティティと社会比較の関係を調査したものでは、アイデンティティ確立の発達段階により、社会的比較の対象者が変わる結果がでている。アイデンティティが確立されておらず自己概念が十分に形成されていない段階では身近にいる同年代の類似する他者と比較する傾向があったが、自己概念が形成されていくにつれ、年上や違った所属の人間といった非類似の他者との比較が行われる傾向がある。自己概念の形成が十分でない段階では類似する他者との比較の中で相違を知覚することで少しずつアイデンティティを確立し、非類似他者との比較は自分より優れた他者と比較することで、その人間に追いつこうとし、自身の能力を高めることで自己概念に対する自信を深めたい意図によるものとしている。これらの結果は青年期のアイデンティティ確立において社会的比較が重要な役割を担っていることを示唆する。アイデンティティの確立は青年期の発達課題とされ職業決定に大きな影響を及ぼす(石井ほか, 2015)ことから青年期の社会的比較において自身を正しく自己評価し、自己概念を形成することは重要である。

1.2 社会的比較の種類と個人の特性の関係

Festinger(1954)は社会的比較で比較する内容について意見と能力に分けられると述べ、

日常生活では能力の比較が意見の比較より多く行われる(Wheeler & Miyake, 1992)。外山(2002)の大学生への調査によると、他者と比較しやすさの傾向である社会的比較志向性は能力比較と意見比較に分けられ、両者は強く関係している。能力比較は自己意識、抑うつ傾向、神経症傾向と正の相関関係、自尊感情とは負の相関関係がみられ、意見比較は、自己意識、自尊感情、神経症傾向と正の相関関係がみられた。自尊感情(自尊心)は人が自分自身についてどのように感じているのか、その感じ方のことである(内田, 2010)。能力の比較をしやすい人がより自分に不満を感じており、意見の比較をしやすい人は自分に満足している。つまり、人は能力の比較を意見の比較より行うが、能力の比較をすると自分自身に不満を抱きやすいことが考えられる。

能力の比較はどのような人と比較するかによって個人への影響が変わるという知見がある。上方比較は、優れた他者と自分との対比によって自尊心の低下や否定的な感情をもたらす半面、優れた他者が自分と同一のカテゴリーに入ると認知する同化や自分を成長させようとする鼓舞を通じて、自尊心を高揚する機能が含まれている(高田, 2011)。自分より能力が劣った他者との比較(下方比較)は、自尊心が危機的な状況で起きると考えられ(Wills, 1981)、劣った他者と自分との対比により高い自己評価を得て自尊心が維持される半面、同化が行われれば否定的な感情、低い自己評価が生じると言われている(高田, 2011)。

全ての比較、すなわち上方比較、下方比較、能力比較、意見比較は大学生の日常生活の中で行われており(Wheeler & Miyake, 1992)、社会的比較の影響が自尊心の向上等といった自身に肯定的な影響であればよいが、能力比較、上方比較、下方比較は自身に否定的な影響を及ぼす可能性がある。自尊心を持続的な特性としてとらえたものに特性自尊心がある。この特性自尊心が高い人は上方比較と下方比較共に否定的な感情を体験することが少なくなるように社会的比較を行うという報告がある(Buunk et al., 1990)。特性自尊心が高い人は社会的比較を状況に合わせ調整し、自身に肯定的な影響を与える社会的比較を行うと考えられる。

また、自尊心だけでなく、自己効力感も社会的比較に関連すると考えられる。自己効力感とは自分がある状況において必要な行動をうまく遂行できるかという可能性の認知であり、人間はそれを通して、自分の考えや感情、行為をコントロールする。自己効力感を高めると人生において大切なことを成し遂げることができると思う気持ちが高まり、失敗したとしても、自分の能力を信じることができる。また課題をクリアするための新しいスキルを身につけたり、他人に助けを求めたりすることができる(Bandura, 1994)。直接自己効力感と社会的比較の関連を述べたものではないが関連する研究として外山(2009)のものが挙げられる。外山(2009)は中学生を対象に学業成績と社会的比較との関連を検討し、社会的比較の際に意欲感情が喚起されると、学習行動に対する努力行動へとつながり、学業成績につながると報告している。そして社会的比較の際の意欲感情の喚起には統制感が影響している。外山(2009)は統制感を「相手が所有している望ましい状況を自分も得ることができるという認知」としている。これは自分も相手のようになれるという可能性の認知であり、自己効力感の一

部として考えられる。この知見から自己効力感が高い人は社会的比較を行ったとしても己を鼓舞することで、社会的比較を自分にとって有効に使えると考えられる。

1.3 社会的比較と SNS 使用の関係

近年では Facebook のユーザー数が 23 億人を超えるなど、世界中でソーシャル・ネットワークワーキング・サービス(以下 SNS)の利用が行われている。SNS とは総務省によれば「登録された利用者同士が交流できる Web サイトの会員制サービス」とされ、人々は SNS を通して自分の日常や意見について投稿したり、他者の投稿を閲覧したり、他者とコミュニケーションを取ったりしている。SNS の利用の増加に伴って社会的比較の研究領域は SNS 上にまで及び、特に世界中で利用されている Facebook における社会的比較とその影響などが検討されている。

Vogel ら(2014)によれば Facebook は他者が何をしているか簡単に見ることができること、Facebook の友人は自分と類似した背景や属性を持つことなどから、社会的比較が起きやすい環境だとしている。Lee(2014)の大学生を対象に調査した研究によれば、自己概念が不明瞭な人ほど Facebook 上で社会的比較を行っており、これは SNS 上やインターネット上ではないオフラインによる知見(Butzer & Kuiper, 2006)と一致している。Facebook 上でも自己を明確に認識するために社会的比較による自己評価が用いられていると考えられる。

Facebook 上の他者の情報は自己認識を明瞭にする手掛かりになる一方で、Facebook 上の他者の情報は投稿者による自己呈示であるという問題がある。Denti(2012)の調査によれば Facebook ではポジティブな情報が多く投稿され、ネガティブな情報は投稿が少ないという結果が出ている。Facebook の自己呈示的な情報に晒され続けることにより、Facebook の使用頻度が高い人ほど「他の人は私より良い人生を送っている」、「他の人は私より幸せだ」と感じている(Chou & Edge, 2012)。Vries & Kuhne(2015)の知見ではこのようなネガティブで上方向的な比較を通して自己に対する評価が低下する結果がでている。また Jang ら(2016)の調査では、自尊心の低い人は Facebook 上でより社会的比較を多く行い、その結果メンタルヘルスの低下を招くことが報告されている。Cramer ら(2016)の調査では Facebook 上の社会的比較の行動だけでなく、『Facebook を利用しているとき他の人と比べていると感じる』といった「社会的比較の認知」が「Facebook 疲れ」と正の相関がみられた。このことから社会的比較の頻度だけでなく、社会的比較を認知することも心理面に影響を及ぼす可能性が考えられる。これらの研究から Facebook のような SNS で行う社会的比較は、自己呈示的な情報との比較が多くなり、そこで生じる否定的な感情によって発達に悪影響を及ぼし、結果、社会にうまく適応できなくなる可能性がある。

1.4 Twitter における社会的比較

1.3 の知見は Facebook に関する検討結果である。世界では Facebook が広く利用されているが、日本では Facebook だけでなく Twitter も利用されている。情報通信白書から 2016

年(総務省, 2017)での Twitter と Facebook の使用率の調査結果をグラフにし図 1 に示す。Twitter と Facebook の使用率は全体で 27.5%と 32.3%であった。世代別にみると 10 代の 61.4%と 18.6%で、20 代は 59.9%と 54.8%、30 代は 30.0%と 51.7%、40 代は 20.8%と 34.5%、50 代は 14.2%と 23.5%、60 代は 4.6%と 10.6%であり 10 代 20 代においては Twitter が Facebook より多く使用されている。Twitter は日本では 2008 年から提供され始めたサービスで、140 字の文章を投稿し Web 上に公開することができる。投稿された内容はツイートと呼ばれ、アカウントを非公開にしないと、その内容は誰でも閲覧することが可能である。Twitter にはタイムラインと呼ばれるものがあり、タイムラインには自分の投稿とフォローしたアカウントの投稿(と広告)が新しいものほど上にくるように表示される。鈴木ら(2015)の指摘では Facebook は実名での利用が原則で、連絡先を知らない昔の懐かしい旧友と再び連絡を取ることができる。このような使い方が中高年世代に重宝され、Facebook の利用が浸透しており、学校に通う現役学生世代にはこのようなニーズは当然ながら少ないと述べている。総務省の結果では 20 代全体の結果しか確認できないが、20 代の結果でも学生か学生でないかにより Twitter と Facebook の使用率が変わる可能性が考えられる。叶ら(2016)の平均年齢 20 歳の大学生を対象にした調査結果では Twitter の使用率が 91.7%で、Facebook の使用は半数ほどであった。この結果から日本の若年層、とくに大学生では Facebook より Twitter の方が使用されている現状が考えられる。

Twitter の使用と社会的比較に関した先行研究に Ponger(2014)の調査が挙げられる。Ponger の報告によれば、人生の満足感が低い人と抑うつ傾向の高い人は Twitter と Facebook 両方の SNS において他の人は自分自身より幸せだと感じていることが明らかになった。Ponger の調査は Twitter においても Facebook で行われているようなネガティブで上方向的な比較が行われていることを示している。このような社会的比較を頻繁に認知し

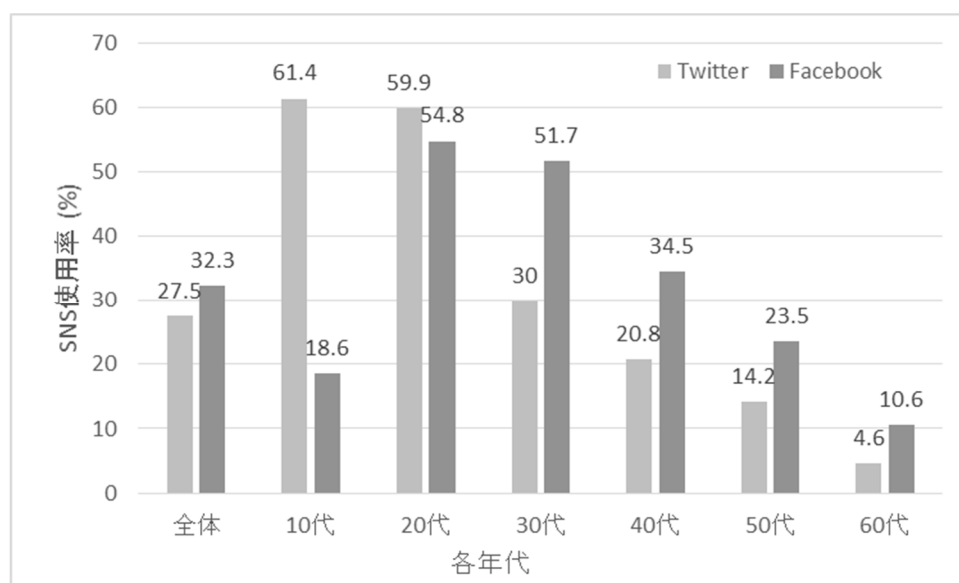


図 1 2016 年における Twitter と Facebook の年齢毎の使用率

ていれば Facebook と同様(Cramer et al., 2016)に SNS 疲れを起こし友人との関係にも影響すると考えられる。日本の調査では河井 (2014) が Twitter、Facebook、mixi 等に関して調査を行い、利用が半年未満である新規利用者は他人の投稿を閲覧することで友人関係満足度が低下することを示した。この結果を河井は、Chou ら(2012)と同じように SNS で他者が自分より幸せそうに見えたことによるものと解釈している。これは自分と他者を比較した社会的比較の影響によるものと考えられる。また、岡本 (2017) が Twitter、LINE、Facebook 利用時のストレスについて検討したものではストレスとして「社会的比較」「投稿拡散不安」「閲覧の強要」「友達申請の拒絶」「投稿の不自由さ」「SNS と現実の違い」「過剰な繋がり」「背伸び」があることが明らかになり、「社会的比較」も SNS 利用時のストレスとして含まれている。岡本は大学生と全年代の調査二つを行っており、大学生を対象にした調査では SNS の利用目的である「友人関係維持」と「社会的比較」に正の相関関係が見られている。河井の調査でも社会的比較が友人関係満足度に影響を及ぼしたと考えられることから、Twitter 上の社会的比較はとくに友人との関係が関連することが考えられる。また岡本の調査では利用目的である「良い・悪い出来事の共有」と「社会的比較」と正の相関関係が見られている。このことから Twitter 上の社会的比較において閲覧する内容だけでなく、自身で投稿する内容についても社会的比較と関連することが考えられる。これらの Twitter に関する知見は社会的比較として上方比較を想定しているが、日常では能力比較、意見比較、上方比較、下方比較を行っていることから、Twitter 上においてもこれらを考慮し、社会的比較の影響について検討する必要がある。

Facebook は既知の対人関係を保つのにに対して(Gilbert & Barton, 2013) 、Twitter の人間関係は友人等身近な人から、全く知らない人とも繋がることできる。北村ら(2016a)によれば Twitter を利用する動機は多い順に、情報獲得動機、娯楽動機、既存社交動機、オンライン人気獲得動機と報告されている。既存社交動機は主に友人・知人との交流をするためのもので、オンライン人気獲得動機には新しい人間関係を作るものも含まれている。このように幅広い人間関係を Twitter では形成する可能性があるが、大学生の社会的比較の対象となるのは類似した他者である。見知らぬ他者よりは Twitter でフォローしている現実の友人の方が類似しており社会的比較の対象になりやすいと考えられる。一般的に中高生に比べると大学生は地元から離れ、一人暮らしを経験することで、従来の友人関係を維持するとともに、新しい対人関係の構築が必要となる。つまり大学生は Twitter を利用し、大学入学前の友人とつながりながら、大学入学後は新しい対人関係を構築・維持する可能性がある。両者は社会的比較の対象になると考えられ Twitter の社会的比較に影響を与えるであろう。

上記は Twitter における社会的比較の対象に関して述べたが、Twitter で投稿される内容と社会的比較の内容も関わると考えられる。中高大学生を対象とし、劣等感に着目した検討結果(高坂, 2008)では他者と比較する重要な領域として、異性との付き合いの苦手さ、学業成績の悪さ、性格の悪さ・友達付き合いの下手さ、身体的魅力のなさなどがあげられた。中高生に比べると大学生は学業成績や身体的魅力のなさに関する劣等感は低下するが、友達付

き合いの下手さに関する劣等感は増えた。Twitter でこれら自己の重要領域に関する情報に興味を持ち、閲覧することは社会的比較に影響があるであろう。また Twitter の投稿は他者への閲覧につながることや、投稿される内容は自身の興味等からきていることも推測される。以上から投稿される内容についても社会的比較に関わると考えられる。大学生がどのような内容を閲覧しているか、どのような内容を投稿するかについて検討する必要がある。

Twitter 利用時の行動特性も社会的比較に影響すると考えられる。大学生の SNS 利用行動に着目した高橋と伊藤の調査(2016)では、Twitter 利用時の行動は LINE 利用時の行動よりも、自己アピールとスルースキルの得点が有意に高いと報告されている。つまり、Twitter 上で自己呈示が行われる一方、他人の投稿をスルーする可能性が示唆される。自己アピールのような投稿に対して、不快感を抱いているのであればスルースキルの高い人は、そのような自己アピールが多い人の投稿を閲覧せずスルーして社会的比較をしない可能性が考えられる。一方、スルースキルの低い人はそのような人の投稿もスルーせず閲覧し、社会的比較をする可能性が考えられる。つまり Twitter ではスルースキルによって社会的比較に影響があると考えられ検討する必要がある。

1.5 研究目的

青年期ではアイデンティティの確立を求め、社会的比較が活発に行われ、それは現実(オフライン)だけではなく SNS 上でも行われている。Facebook を中心とした知見では SNS 上での社会的比較が人にネガティブな効果を及ぼす結果が報告されている。日本では大学生を中心に Twitter が利用されていると考えられ、Facebook と Twitter の相違を踏まえて Twitter の社会的比較の影響について検討する必要性がある。本研究では友人関係満足度を測定し、社会的比較の影響を検討する。河井(2014)の知見で社会的比較の影響が示唆されたこと、社会的比較は類似した他者との比較を基本としており、大学生は友人を対象に社会的比較を行うと考えられ、友人関係満足度に影響を及ぼすと考えられる。また友人関係満足度は大学生生活の適応に重要な要素(中村・松田, 2014)であることから、友人関係満足度への影響を調査することで、大学生の大学生活への適応について検討できると考えられる。

以上を踏まえ本研究の目的は大学生の Twitter 上での社会的比較の実態と大学生への影響を友人関係満足度に着目して明らかにし、大学生活への適応に貢献することを目的とする。

1.5.1 Twitter 上の社会的比較に関する仮説

Twitter の行動特性に自己アピールがみられるなど Twitter では自己呈示的な投稿を行っている可能性がある。大学生は Twitter を使用する頻度が高ければ高いほどそのようなツイートを閲覧し、社会的比較を行うと考えられる。とくに Twitter 利用者にとって関心のある領域や、他者と比較する重要領域では社会的比較が起きやすいと考えられ考慮する必要がある。河井(2014)や Facebook の知見から、大学生は Twitter 上で自己呈示的なツイートに

よる社会的比較を行ったり、認知したりして、友人関係満足度が低下するであろう。以上より仮説 1 が導かれる。ただし 1.2 で述べたように社会的比較には「上方比較」「下方比較」「能力比較」「意見比較」がある。河井や Facebook の研究による知見では上方比較を想定しているが、大学生の日常では上方比較に限らず、4 つの比較全てを行っている。またスキルが高ければ社会的比較を抑制する可能性も考えられる。これらによって効果が異なることも考えられるため、これらを考慮し仮説 1 の検討を行う。

仮説 1 Twitter を使用すればするほど、より多くの社会的比較をし、また自分自身も社会的比較を感じており、友人関係満足度が低減するだろう。

本研究では友人関係満足度への影響に着目し Twitter 上の社会的比較について検討を行う。そこでフォローしている人と自分がどのような友人関係かを考慮し Twitter 上の社会的比較について検討を行う。社会的比較の対象は基本的に類似した他者である。大学入学前から友人でありフォローしている人(例えば高校の友人)と大学入学後に友人となりフォローしている人とでは、前者は自分との類似性が低く、後者は自分との類似性が高いと考えられ、後者がより Twitter 上の社会的比較の対象になりやすいと考えられる。また後者については自分と実際に会う機会があるかないかで Twitter 上の社会的比較への影響が考えられる。実際に会うような友人・知人は何かしら共通した背景をもっていると考えられる(例えば同じ授業を受講している等)。そのためより類似した他者と認識され Twitter 上での社会的比較を増加させる可能性が考えられる。また実際に会う機会があるかないかだけでなく、親密さによって社会的比較への影響が変わると考えられる。親密である他者の方がより類似性を感じると考えられ、類似性の高さから Twitter 上での社会的比較が増加する可能性が考えられる。このように Twitter 上での社会的比較はフォローしている人と自分との関係により影響を受ける可能性から仮説 2 を検討する。フォローしている人との関係は Lee(2014)を参考に「大学入学前の友人」「大学の友人・知人」「実際に会う大学の友人・知人」「大学の親友」とした。

仮説 2 仮説 1 において、フォローしている人との関係によって効果が異なるだろう。

1.5.2 個人の特性・Twitter 使用に関する仮説

社会的比較だけでなく、個人の特性が友人関係満足度に影響を及ぼす可能性も考えられる。自尊心が高いことは周囲の人間関係を肯定的に捉えている側面がある。自己効力感には友人を中心とした他者との関わり方に関する面も含まれており、自己効力感が高いことはうまく人間関係を調節できることにつながる。よって自尊心が高く、自己効力感が高い学生はオフラインでより充実した対人関係を築いており、富岡(2016)の知見のように友人関係にも満足しており大学に適応できるであろう。以上より仮説 3 が導かれる。

仮説 3 自尊心、自己効力感が高い人は友人関係に満足しているだろう。

本研究では社会的比較が、友人関係満足度に影響を与えていると考えられているが、Twitter の使用自体が友人関係満足度に影響を及ぼすことも考えられる。Facebook を使うことは既存の友人関係の維持や新しい友人関係の形成に役立ち(Ellison et al., 2007)、自尊心が低い人は、オフラインでの対人関係の乏しさを補うために Facebook をより多く使用していることを示唆した知見がある(Mehdizadeh, 2010)。しかし、Facebook では過度な使用をしている人ほど主観的幸福感が低く、人生の満足度も低い(Satici and Uysal, 2015)という結果がある。これは Facebook の使用はオンライン上の対人関係は充実するが、それに伴い Facebook の利用時間が長くなり、オフラインでの社会的つながりが希薄になることからだと考えられる。Twitter においても自尊心や自己効力感の低い人は、オフラインでの対人関係の乏しさから、Twitter を多く利用することで友人・知人とのコミュニケーションを補完することが考えられる。それだけでなく自尊心や自己効力感の低い人は Twitter をより多く使用して見知らぬ他者とつながりオフラインで満たされない対人関係を Twitter 上で満たそうとすることも考えられる。その結果オフラインでの社会的つながりが希薄になり友人関係満足度が低下すると考えられる。以上より仮説 4 が導かれる。

仮説 4 自尊心、自己効力感が低い人ほど Twitter を使用し、友人関係満足度が低下するだろう。

仮説 1、2、3、4 に基づきモデル（図 2）の検討を行う。それぞれのパスと仮説が対応している。分析ではまずフォローしている人との関係性を考慮せずに仮説 1、3、4 の検討を行う。その後、仮説 2 のパスを加え Twitter での友人との関係を考慮し検討を行う。仮説 1、2、3、4 の検討を行い社会的比較の実態と影響を明らかにし、大学生の学校生活への適応について考察をする。

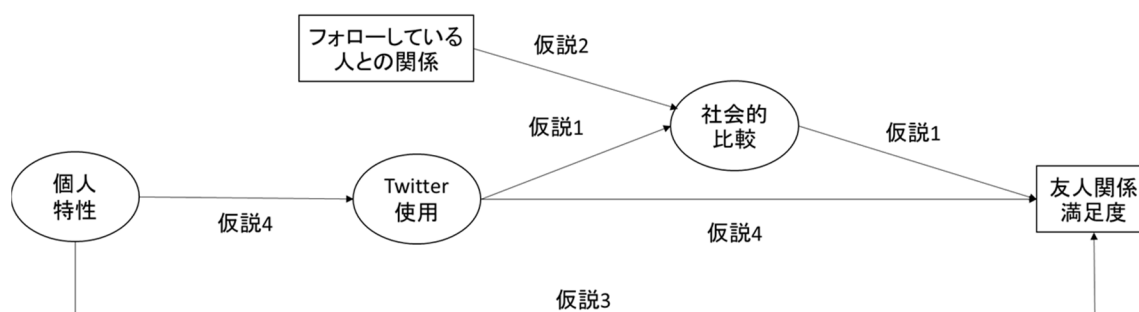


図 2 本研究で検討するモデル

1.6 本研究の構成

本論文の構成は以下の通りである：

まず第 2 章では、1.5.1 と 1.5.2 で述べた各仮説を検討するための研究手法について述べる。とくに本研究で実施された質問紙調査の内容について詳しく述べる。

第 3 章では、本研究で収集されたデータを分析する。分析対象となったデータの設定基準、分析対象となったデータの属性、メディア、Twitter、Facebook の利用状況について記述する。そして、共分散構造分析の結果を中心に仮説に関する要素である個人の特性、社会的比較、友人関係満足度、フォローしている人との関係それぞれの関連について検討する。

第 4 章では本研究の分析で得られた結果に基づいて仮説についての考察を行い、まとめと課題について述べる。

2. 研究方法

図 2 のモデルを検討するために、本研究では心理的情緒面を測定する質問紙調査を行った。

2.1 調査対象者

筑波大学に在籍する大学生を対象に調査を行った。調査期間は 2017 年の 7 月から 8 月で筑波大学での授業中に配布を行った。授業は知識情報・図書館学類を対象にしたものが 6 つ、人文・文化学類、メディア創成学類、情報科学類を対象にしたものが 1 つであった。

2.2 調査項目

質問紙は Part A と Part B から構成されている。

Part A では個人に関する情報として、性別、年齢、学年、所属、住居状況について尋ねた。加えて成田ら(1995)の特性的自己効力感 23 項目、ローゼンバーグの自尊心尺度(Mimura & Griffins, 2007)の翻訳したものを 10 項目、岩崎・五十嵐(2014)の友人満足関係尺度 12 項目をそれぞれ 5 件法(5.非常に当てはまる 3.どちらでもない 1.全く当てはまらない)を用いて測定した。

Part B ではメディアの利用状況、Twitter・Facebook の利用状況、Twitter・Facebook における社会的比較、ネットリテラシーについて尋ねた。

メディアの利用状況として、スマートフォン、携帯電話、PC の所持について尋ねた後、モバイルデバイス(スマートフォンと携帯電話)と PC でのインターネット利用時間について 7 件法で測定した(7. 6 時間以上 4. 3 時間～4 時間未満 1. 1 時間未満)。

Twitter・Facebook の利用状況として、Twitter・Facebook のアカウントを所持しているかの有無、1 日の利用時間、閲覧頻度、投稿頻度、いいね・返信の頻度、興味のある他者の投稿内容、自分自身で投稿する内容、Twitter でのフォロー・フォロワーの人数、Facebook では友達の数について尋ねた。

Twitter・Facebook の 1 日の利用時間は 7 件法で測定した(7. 6 時間以上 4. 3 時間～4 時間未満 1. 1 時間未満)。

閲覧頻度、投稿頻度、いいね・返信頻度は 5 件法で測定した(5. ほぼ毎日 4. 週に数回程度 3. 週に 1 回程度 2. 月に 1 回程度 1. ほとんどしない)。

閲覧時にどのような他者の投稿内容に興味があるか、自分自身でどのような内容を投稿するかについて、高坂(2008)や高橋・伊藤(2016)のものを参考に項目を作成し複数回答可で該当する番号を選択する形で尋ねた(表 1)。

表 1 閲覧時の興味内容と投稿時の内容

Twitter で 閲覧時に 興味のある 内容	1. 共通の趣味	2. 日常の友人間系
	3. テストやレポートの成績	4. アルバイトに関するもの
	5. 日常が充実しているツイート	6. 写真や動画を含めたツイート
	7. 友人同士のリプライ等のやりとり	8. 自虐的なツイート
	9. 意見を求められるツイート	10. 共感を求められるツイート
Twitter で 投稿する 内容	1. 共通の趣味	2. 日常の友人間系
	3. テストやレポートの成績	4. アルバイトに関するもの
	5. 自分の日常について	6. 写真や動画を含めたツイート
	7. 友人同士のリプライ等のやりとり	8. 自虐的なツイート
	9. 意見を求められるツイート	10. 共感を求められるツイート

フォロー、フォロワーの人数について(Facebook では友達)はおおよその人数を「フォロー____人」のように____を埋める記述式で尋ねた。

Twitter・Facebook 上の友人との関係については Lee(2014)を参考に、フォローしている(Facebook では友達)人数の中での「大学入学前からの友達」、「筑波大学の友達・知人」、「実際に会う筑波大学の友達・知人」、「筑波大学の中での親友」について

「大学入学前からの友達____人」のように____を埋めてもらう記述式で尋ねた。

Twitter・Facebook における社会的比較として、実際の社会的比較、社会的比較の認知、社会的比較の方向、スルースキルについて尋ねた。

実際の社会的比較は Facebook の社会的比較について調査し Cramer(2016)に倣い、Gibbons と Buunk(1999)の社会的比較志向性尺度 11 項目を用いた。ただし、翻訳は外山(2002)によるものである。Twitter と Facebook のそれぞれにおける実際の社会的比較を調べるために、Twitter の場合は「あなたの Twitter を使用した経験を踏まえてあなたは Twitter で他の人と自分を比較しますか。下記の項目について最もあてはまるものに○を付けてください」(Facebook の場合には「Twitter」を「Facebook」に置き換えた)と 5 件法(5.非常に当てはまる 3.どちらでもない 1.全く当てはまらない)で尋ねた。

社会的比較の認知は Cramer ら(2016)の 3 項目を Twitter にあてはまるよう修正、翻訳し、5 件法(5.非常に当てはまる 3.どちらでもない 1.全く当てはまらない)で表 2 のように尋ねた。Facebook の場合は Twitter の部分を Facebook に変え尋ねた。

表 2 Twitter における社会的比較の認知

1. Twitter を利用しているとき、自分と他の人を比べていると感じる
2. Twitter は他の人と自分を比べる気にさせる
3. Twitter は他の人と自分を比べることを容易にしていると感じる

社会的比較の方向は Vogel ら(2014)の上方比較・下方比較を測定したものを Twitter・Facebook にあてはまるよう修正、翻訳し 5 件法(5.非常に当てはまる 3.どちらでもない 1.全く当てはまらない)で表 3 のように尋ねた。

表 3 Twitter における社会的比較の方向

- | |
|--|
| 1. Twitter で他の人と自分を比べるとき、自分より優れている人に注目する |
| 2. Twitter で他の人と自分を比べるとき、自分より劣っている人に注目する |

スルースキルは高橋と伊藤(2016)の SNS 利用時の行動におけるスルースキル 4 項目について 5 件法(5.非常に当てはまる 3.どちらでもない 1.全く当てはまらない)で尋ねた。

ネットリテラシーは叶ら(2016)が本條(2014)と高比良ら(2001)をもとに作成した 13 項目を 5 件法(5.非常に当てはまる 3.どちらでもない 1.全く当てはまらない)で尋ねた。

3. 結果

単純集計、分析に際しては統計ソフト IBM SPSS Statistics のバージョン 24 を用い、共分散構造分析は IBM SPSS AMOS のバージョン 23 を用いた。

3.1 分析対象者

質問紙を 422 部配布し、266 部を回収した。回収率は 63.0%であった。本研究の目的は Twitter 上の社会的比較を検討することであるため、回収された回答のうち、Twitter アカウントを所持していない 52 部と、欠損がみられた 37 部、計 89 部を除く、177 名を分析対象とした。PartA では性別、年齢、学年、居住状況、友人関係満足度(12 項目)、自尊心(10 項目)、特性自己効力感(23 項目)を必須項目とし回答に不備のあるものを欠損とした。PartB では各デバイスの利用状況、Twitter のフォロー数とフォロワー数、Twitter の 1 日の利用時間、閲覧頻度、投稿頻度、いいね・返信頻度、スルースキル(4 項目)、Twitter の社会的比較の認知(3 項目)、上方比較、下方比較、Twitter 上での実際の社会的比較(11 項目)を必須項目とし回答に不備のあるものを欠損とした。入学前の友人 10 部、入学後の友人・知人 19 部、実際に会う大学の友人・知人 22 部、大学の親友 38 部が未回答であったが、0 を意味すると捉えることができるものが多く見えられたため、これらが未回答のものは一律で 0 とした。

3.2 分析対象者の属性

分析対象者の属性について表 4 に示す。分析対象者は男性 41.8%女性 58.2%で、女性が多い。平均年齢 19.2 歳で、学年は 1・2 年生が 8 割以上を占めている。分析対象者の 7 割以上が一人暮らしを行っている。

3.3 分析対象者のデバイスの利用状況

分析対象者のデバイス利用状況について表 5 に示す。分析対象者の 9 割以上スマートフォンと PC を所持している。ネット利用時間については PC でのネット利用時間は 2 時間未満が 6 割であるのに対して、モバイルデバイスでは 2 時間以上が 8 割をこえており、モバイルデバイスでのネットの利用時間が全体的に多くなっている。

3.4 分析対象者の Twitter 利用情報

分析対象者の Twitter の利用情報について表 6 に示す。分析対象者の 6 割以上が 1 日の Twitter 利用時間が 2 時間未満である。分析対象者の 8 割以上がほぼ毎日 Twitter を閲覧している。約 6 割が Twitter の投稿を週に数回以上行っており、約 8 割が週に数回以上いいね・返信を行っている。フォローしている人との関係は大学入学前からの友人と大学の友人・知人を合わせると、つまり既知の友人関係が 5 割を超えている。

表 4 分析対象者の属性

項目	回答の分布
男女比	男性：41.8% 女性：58.2%
年齢	平均：19.2 歳 ($SD=1.39$)
学年比	1 年生：59.9% 2 年生：26.6% 3 年生：9.0% 4 年生：4.5%
居住状況	宿舎：31.3% 一人暮らし(下宿)：46.0% 親族と同居：21.0% 友人・知人と同居：0.6% その他：1.1%
所属	知識情報・図書館学類：58.8% 情報メディア創成学類：15.8% 比較文化学類：4.5% 情報科学類：4.0% 人文学類：3.4% 日本語・日本文化学類：3.4% 工学システム学類：1.1% 教育学類：0.6% 障害科学類：0.6% 心理学類：0.6% 未回答：7.3%

表 5 分析対象者のデバイスの利用状況

項目	回答の分布
各デバイスの所持率	ガラケー：0.11% iPhone：58.8% Android 39.5% その他：0.11% PC：96.6%
モバイルデバイスによるネット利用時間	1 時間未満：4.5% 1-2 時間：16.4% 2-3 時間：32.2% 3-4 時間：20.9% 4-5 時間：11.3% 5-6 時間：9.6% 6 時間以上：5.1%
PC によるネット利用時間	1 時間未満：30.8% 1-2 時間：30.8% 2-3 時間：15.7% 3-4 時間：11.6% 4-5 時間：3.5% 5-6 時間：4.1% 6 時間以上：3.5%

表 6 Twitter の利用情報

項目	回答の分布		
1 日の Twitter 利用時間	1 時間未満 : 31.6%	1-2 時間 : 35.6%	2-3 時間 : 18.1%
	3-4 時間 : 5.6%	4-5 時間 : 2.8%	5-6 時間 : 4.0%
	6 時間以上 : 2.3%		
Twitter 閲覧頻度	ほとんどしない : 1.7%	月に一回以下 : 1.1%	週に一回程度 : 2.3%
	週に数回程度 : 6.2%	ほぼ毎日 : 88.7%	
Twitter 投稿頻度	ほとんどしない : 13.0%	月に一回以下 : 10.2%	週に一回程度 : 16.4%
	週に数回程度 : 26.6%	ほぼ毎日 : 33.9%	
Twitter いいね・ 返信頻度	ほとんどしない : 8.5%	月に一回以下 : 4.5%	週に一回程度 : 7.3%
	週に数回程度 : 25.4%	ほぼ毎日 : 54.2%	
フォロー数	平均 : 268 ($SD=294.6$)		
フォロワー数	平均 : 265 ($SD=265.6$)		
フォローしてい る人との関係	大学入学前からの友人 : 69.9 人 ($SD=134.4$)		
	大学の友人・知人 : 74.2 人 ($SD=106.1$)		
	実際に会う大学の友人・知人 : 34.6 人 ($SD=49.1$)		
	大学の親友 : 4.0 人 ($SD=7.4$)		
フォロー数に おける友人・ 知人の比率	大学入学前からの友人 : 25.6%		
	大学の友人・知人 : 31.8%		
	実際に会う大学の友人・知人 : 16.2%		
	大学の親友 : 2.4%		
Twitter で 閲覧時に 興味のある内容	共通の趣味 : 71.2%	日常の友人関係 : 50.8%	
	写真や動画 : 49.7%	テストやレポートの成績 : 35.6%	
	友人同士のリプライ : 31.1%	日常が充実しているツイート : 22.6%	
	共感を求められるもの : 18.1%	アルバイトに関するもの : 11.3%	
	自虐的なもの : 10.7%	意見を求められるもの : 6.8%	
Twitter で 投稿する内容	共通の趣味 : 61.0%	自分の日常について : 61.0%	
	写真や動画 : 27.1%	友人とのリプライ : 25.4%	
	日常の友人関係 : 23.2%	テストやレポートの成績 : 14.1%	
	自虐的なもの : 12.4%	アルバイトに関するもの : 8.5%	
	共感を求めるもの : 7.3%	意見を求めるもの : 4.0%	

3.5 分析対象者の Facebook の利用情報

本研究では Twitter を中心として扱うが、Facebook に関する項目も測定し、参考として基本情報のみを掲載する。

分析対象者 177 名のうち Facebook アカウントを所持しているのは 56 名であり、56 名の Facebook の利用に関する情報を表 7 に示す。Facebook 利用者の 9 割以上が 1 日の利用時間が 1 時間未満である。投稿、いいね・返信頻度は月に 1 回以下の人が 6 割以上おり、投稿といいね・返信はほとんど行われていない。閲覧については月に 1 回以下の人が 42.9% であるが、Twitter では 2.8% であることから、閲覧についても Twitter ほど活発に行われていない。

表 7 Facebook の利用情報(n=56)

項目	回答の分布		
1 日 の Facebook 利用時間	1 時間未満 : 94.6% 3-4 時間 : 0% 6 時間以上 : 0%	1-2 時間 : 3.6% 4-5 時間 : 0%	2-3 時間 : 0% 5-6 時間 : 1.8%
Facebook 閲覧頻度	ほとんどしない : 25.0% 週に数回程度 : 19.6%	月に一回以下 : 17.9% ほぼ毎日 : 16.1%	週に一回程度 : 21.4%
Facebook 投稿頻度	ほとんどしない : 56.4% 週に数回程度 : 1.8%	月に一回以下 : 32.7% ほぼ毎日 : 1.8%	週に一回程度 : 3.6%
Facebook いいね・返信	ほとんどしない : 35.7% 週に数回程度 : 8.9%	月に一回以下 : 33.9% ほぼ毎日 : 3.6%	週に一回程度 : 16.1%
Facebook で 興味のある 投稿	写真や動画 : 28.6% 共通の趣味 : 26.8% 意見を求められるもの : 8.9% テストやレポートの成績 : 1.7% アルバイトに関するもの : 0%	日常が充実しているもの : 26.8% 日常の友人関係 : 19.6% 友人同士のリプライ : 5.3% 自虐的なもの : 1.8% 共感を求められるもの : 0%	
Facebook で 投稿する 内容	自分の日常 : 23.2% 共通の趣味 : 12.5% 意見を求められるもの : 3.6% テストやレポートの成績 : 0% 友人とのリプライ : 0%	写真や動画 : 14.2% 日常の友人関係 : 8.9% 共感を求められるもの : 1.8% アルバイトに関するもの : 0% 自虐的なもの : 0%	

3.6 各尺度の信頼性

各尺度の統計結果とアルファ係数の結果を表 8 に示す。特性自己効力感、自尊心、友人関係満足度、実際の社会的比較、社会的比較の認知の α 係数はいずれも 0.85 以上であり高い内的整合性を示した。スルースキルは内的整合性が低いため以降の分析から除外した。

実際の社会的比較は Gibbons & Buunk(1999)によると下位尺度として能力比較と意見比較から構成される。そこで本研究でも同様の結果が得られるか Gibbons & Buunk(1999)に準拠し主因子法、バリマックス回転による探索的因子分析を行い下位尺度について検討した。因子分析の結果を表 9 に示す。Gibbons & Buunk(1999)の結果では、能力比較(第 1 因子)の項目は 1~6 であり、意見比較(第 2 因子)の項目は 7~11 であった。本研究と Gibbons & Buunk(1999)の結果はほぼ同様であったが相違点として、本研究では項目 11 が能力比較(第 1 因子)に高い負荷量を示した。項目 11 は「自分の境遇と他人の境遇の違いをあまり考えたりはしない」という境遇についての比較を尋ねる逆転項目であるが、境遇はその人が置かれた状況であり、能力比較とも意見比較とも関連することが考えられるが、本研究では能力比較(第 1 因子)の負荷量が 0.4 以上であることから、項目 11 は能力比較に関する項目として扱う。能力比較の項目を 1~6 と 11 の計 7 項目、意見比較に関する項目を 7~10 の計 4 項目とし以降の分析で使用する。 α 係数(表 8)はどちらも 0.8 以上であり尺度として十分使用できるものであった。

表 8 各尺度の信頼性

尺度名	項目数	平均値	SD	α 係数
特性自己効力感	23	2.83	0.48	0.85
自尊心	10	2.85	0.65	0.85
友人関係満足度	12	3.60	0.62	0.88
実際の社会的比較	11	3.14	0.72	0.86
社会的比較の認知	3	2.85	1.17	0.90
スルースキル	4	3.82	0.69	0.51
尺度名	項目数	平均値	SD	α 係数
能力比較	7	2.93	0.82	0.84
意見比較	4	3.52	0.84	0.81

表 9 実際の社会的比較の因子分析の結果(バリマックス回転)

質問項目	因子	
	1	2
6. 今まで自分がやりとげたことについて、他の人とよく比べる	0.73	0.30
1. 自分の親しい人の状況と、他の人の状況をよく比べる	0.70	0.24
3. 何かに対して自分がどのくらいうまくできたのかを知りたいときには、他の人のやったことと自分のやったことを比べる	0.64	0.37
4. 自分がどのくらい社交的であるかを、他の人とよく比べる	0.63	0.21
5. あまり自分と他の人を比べるほうではない	0.63	-0.04
2. 他の人のやり方と比べて自分のやり方はどうであるか、気にするときがある	0.60	0.37
11. 自分の境遇と他人の境遇の違いをあまり考えたりはしない	0.48	0.07
8. 自分と似たような問題に直面している人が、何を考えているのかよく知ろうとする	0.09	0.88
10. 何かについてもっと知りたいと思うとき、それについて、他の人が何を考えているのかを知ろうとする	0.20	0.77
9. 私は、他の人だったら同じ状況でどうするのかを知りたいときがある	0.28	0.73
7. 他の人とお互いの意見や経験について話すのが好きだ	0.12	0.46

3.7 分析で使用する変数について

以降に行う相関分析、重回帰分析、共分散構造分析においては、使用する変数に調整を行った。閲覧頻度、投稿頻度、いいね・返信頻度は、叶ほか（2016）に倣い、月あたり日数の値とした。具体的には、「ほぼ毎日」を 30、「週に数回」を 20、「月に数回」を 10、「月に一回以下」を 0.5、「殆どしない」を 0 と換算した。閲覧する際に他者の興味のある投稿内容について、選択されたものを「1」、選択されなかったものを「0」と得点化し、10 項目の合計得点を当該回答者の閲覧内容得点とした。自分で投稿する内容についても同様の処理をして投稿内容得点とした。Twitter のフォローしている人と自分との関係は回答者毎にフォローしている数が違うため、フォローしている数の相違に由来する問題を解消するため、「入学前からの友人・知人」「大学の友人・知人」「実際に会う大学の友人・知人」「大学内の親友」の人数をそれぞれフォローしている人数で除することで、フォロー者に占めるそれぞれの比率として分析に使用した。

実際の社会的比較の下位尺度である能力比較、意見比較は因子分析により妥当性が確認され α 係数も十分であった。より詳細な社会的比較の検討のため、以降の分析では能力比較、意見比較それぞれを一つの変数として使用した。

3.8 相関分析の結果

友人関係満足度、個人特性、フォローしている人と自分との関係、社会的比較、Twitterの使用との関係を確認するために相関関係を分析し、結果を表 10 に示す。

(1)は友人関係満足度であり、(2)から(4)は自分の個人特性に関する項目、(5)から(8)はフォローしている人と自分との関係の項目、(9)から(14)は社会的比較に関する項目、(15)から(20)は Twitter の使用に関する項目である。

①(1)の友人関係満足度に着目すると、(3)特性自己効力感、(4)自尊心に正の相関がみられた。また(9)社会的比較の認知、(10)上方比較、(13)能力比較に負の相関がみられた。すなわち自己効力感、自尊心が高い人ほど友人関係の満足度が高くなり、Twitter で他者との比較を意識したり、自分より優れた人と比べたり、能力を比較したりする人ほど友人関係の満足度が低くなる。

②フォローしている人と自分との関係の項目と社会的比較に関連する項目に着目すると、(6)大学の友人・知人と(11)下方比較に正の相関関係、(7)実際に会う大学の友人・知人と(10)上方比較に正の相関がみられた。フォローしている人で大学の友人・知人の割合が高い人ほど下方比較をし、フォローしている人で実際に会う大学の友人・知人の割合が高い人ほど、上方比較をする傾向にある。

③社会的比較に関する項目と Twitter の使用に関する項目に着目すると、(10)上方比較と(16)閲覧頻度に正の相関がみられた。(12)実際の社会的比較と(15)利用時間、(17)投稿頻度、(18)いいね・返信頻度、(19)閲覧内容得点、(20)投稿内容得点と正の相関がみられた。また実際の社会的比較の下位尺度である(13)能力比較と(14)意見比較についても(13)能力比較と(18)いいね・返信頻度で相関がみられなかった以外は同様の結果であった。(12)実際の社会的比較は今回測定した項目では(16)閲覧頻度以外に全てに正の相関が見られ、Twitter の利用行動が多い人ほど頻繁に社会的比較を行っている傾向がある。

表 10 各変数の相関関係

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)	(13)	(14)	(15)	(16)	(17)	(18)	(19)	(20)
(1) 友人関係満足度	-																			
(2) 性別		-																		
(3) 特性自己効力感	.305**		-																	
(4) 自尊心	.410**	-.183*	.501**	-																
(5) 入学前の友人					-															
(6) 大学の友人・知人					-.280**	-														
(7) 実際に会う大学の友人・知人			.185*			.542**	-													
(8) 大学の親友				.173*		.171*		-												
(9) 社会的比較の認知	-.165*								-											
(10) 上方比較	-.186*						.148*		.606**	-										
(11) 下方比較			-.171*			.184*			.680**	.522**	-									
(12) 実際の社会的比較									.645**	.415**	.552**	-								
(13) 能力比較	-.151*		-.199**						.719**	.477**	.627**	.917**	-							
(14) 意見比較									.245**		.187*	.711**	.399**	-						
(15) 利用時間						.211**						.203**	.167*	.174**	-					
(16) 閲覧頻度										.195**					.255**	-				
(17) 投稿頻度						.200**						.254**	.202**	.217**	.499**	.371**	-			
(18) いいね・返信頻度												.182*		.179*	.372**	.491**	.674**	-		
(19) 閲覧内容得点												.255**	.191*	.223**	.377**	.193*	.371**	.371**	-	
(20) 投稿内容得点						.149*						.267**	.209**	.221**	.383**	.269**	.557**	.464**	.620**	-

$p^* < .05$. ** $p < .01$.

3.9 重回帰分析の結果

友人関係満足度と、各変数との関係があるのかを確認するためステップワイズ法による重回帰分析を行った。ステップワイズ法で、投入するすべての独立変数のうちどの独立変数が従属変数に影響を与えているかを調べた。今回は従属変数を友人関係満足度、独立変数を性別(男性を 0、女性を 1 としたダミー変数)、自尊心、特性自己効力感、Twitter の利用時間、閲覧頻度、投稿頻度、いいね・返信頻度、閲覧内容得点、投稿内容得点、社会的比較の認知、能力比較、意見比較、上方比較、下方比較としたステップワイズ法による重回帰分析を行った。主な結果を表 11 に示す。

表 11 重回帰分析の結果

従属変数	独立変数	標準化 係数	p 値	調整済み R ²
友人関係満足度	自尊心	.448	<0.01	.22
	性別	.190	<0.01	
	社会的比較の認知	-.183	<0.01	

ステップワイズ法による重回帰分析の結果、自尊心($\beta = .45$ $p < .01$)、社会的比較の認知($\beta = -.18$ $p < .01$)、性別($\beta = .19$ $p < .01$)の 3 つの独立変数に有意な効果がみられた(回帰式全体の決定係数は調整済み $R^2 = .22$, $p < .001$)。自尊心が高い人、性別は女性、Twitter 上で社会的比較を感じていない人がより友人関係に満足をしていた。

3.10 共分散構造分析(SEM)の結果

3.10.1 本研究で検討を行ったモデル

図 2 の本研究で検討するモデルに測定した変数を投入し実際には図 3 のモデルで検討を行った。性別、自尊心、自己効力感からなる「個人特性」、利用時間、投稿頻度、閲覧頻度、いいね・返信頻度、閲覧内容得点、投稿内容得点からなる「Twitter 使用」、社会的比較の認知、上方比較、下方比較、意見比較、能力比較からなる「社会的比較」が友人関係満足度に与える影響について検討した。

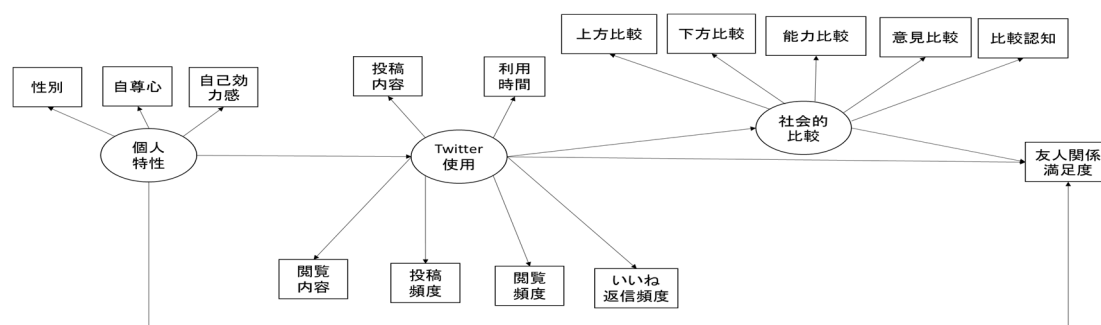


図 3 本研究で検討したモデル

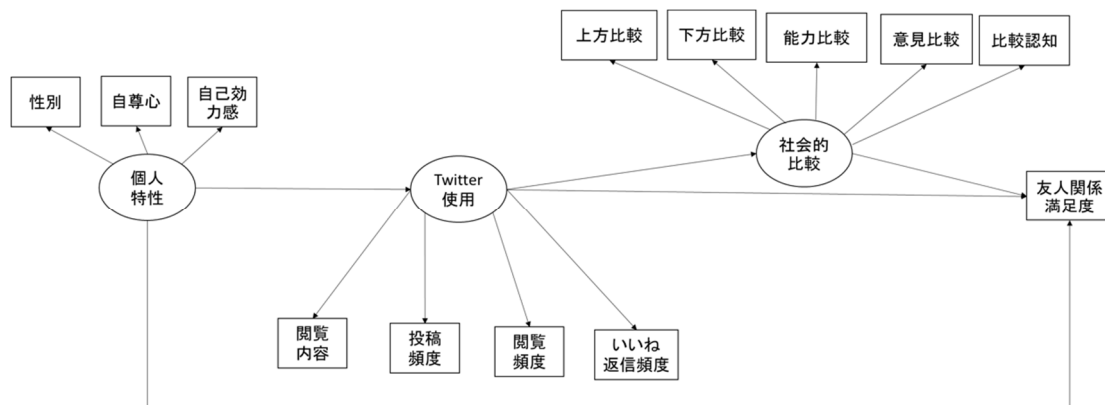


図 4 最終的に検討したモデル

しかし図 3 のモデルでは GFI が 0.9 未満であったため、モデルの適合を加味し、投稿内容得点、利用時間については削除し、最終的に図 4 のモデルで検討を行った。

3.10.2 フォローしている人との関係を考慮しないモデルの分析結果

フォローしている人との関係を考慮しないモデルの分析結果を図 5、モデルの適合度を表 12 に示す。GFI が 0.91、AGFI が 0.88、RMSEA が 0.06 であり、このモデルの適合度は受け入れられるといえる。

「Twitter 使用」から「社会的比較」へのパスが正の効果、「社会的比較」から「友人関係満足度」へのパスが負の効果を及ぼし、仮説 1 は支持された。「個人特性」から「友人関係満足度」へのパスが正の効果を及ぼし、仮説 3 は支持された。「個人特性」から「Twitter 使用」へのパス、「Twitter 使用」から「友人関係満足度」へのパスに有意な効果は見られず、仮説 4 は支持されなかった。

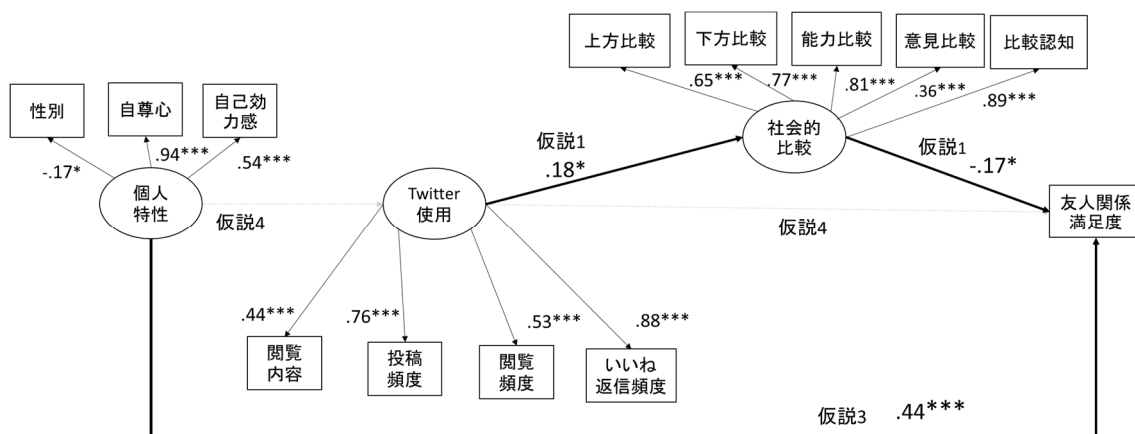


図 5 フォローしている人との関係を考慮しないモデルの結果

* $p < .05$ *** $p < .01$

表 12 各モデルの適合度

フォローしている人との関係	GFI	AGFI	RMSEA
考慮しないモデル	.91	.88	.06
入学前の友人	.91	.88	.06
大学の友人・知人	.90	.86	.07
実際に会う友人	.91	.87	.06
親友	.91	.88	.06

3.10.3 フォローしている人との関係を考慮したモデルの分析結果

本研究では仮説 2 でフォローしている人との関係が、社会的比較に影響を与えると考えた。そこでフォローしている人との関係のみに由来し、社会的比較に影響があるかを検討するため、図 5 のモデルに観測変数として「フォローしている人との関係」を加え、「フォローしている人との関係」から「社会的比較」へのパスを追加し分析を行った(図 6)。図 6 のモデルにおけるフォローしている人との関係を「入学前の友人」、「大学の友人・知人」、「実際に会う友人」、「親友」の 4 つの関係ごとにモデルを検討した。

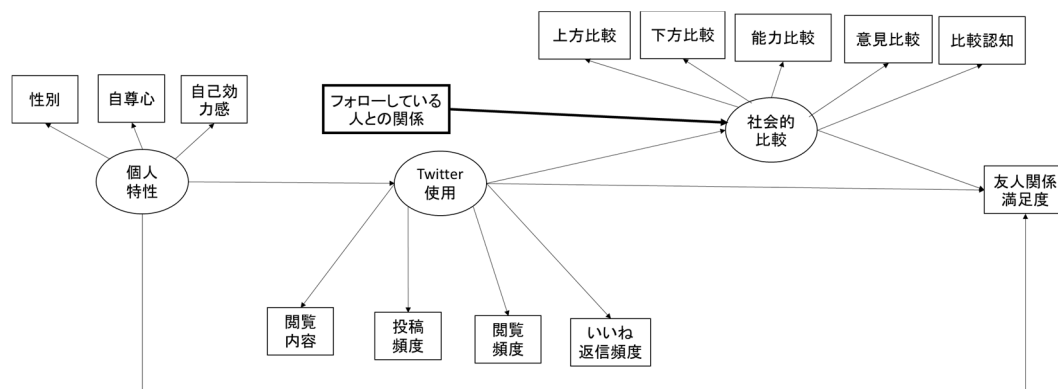


図 6 友人との関係を考慮したモデル

モデルの結果を図 7 から図 10 に示し、それぞれのモデルの適合度を表 12 に示す。どのモデルも GFI が 0.91 以上、AGFI が 0.87 以上、RMSEA が 0.07 以下であり、モデルの適合度は受け入れられるといえる。

図 7「入学前の友人」、図 9「大学の実際に会う友人・知人」、図 10 の「大学の親友」については「社会的比較」へのパスに有意な効果がみられなかった。図 8「大学の友人・知人」との関係のみ、「社会的比較」に及ぼす効果が有意傾向でみられ、また「Twitter 使用」から「社会的比較」への効果が有意傾向になった。今回の結果ではフォローしている人との関係が「社会的比較」に効果を及ぼしたのは「大学の友人・知人」のみで、その効果も有意傾向のみであった。

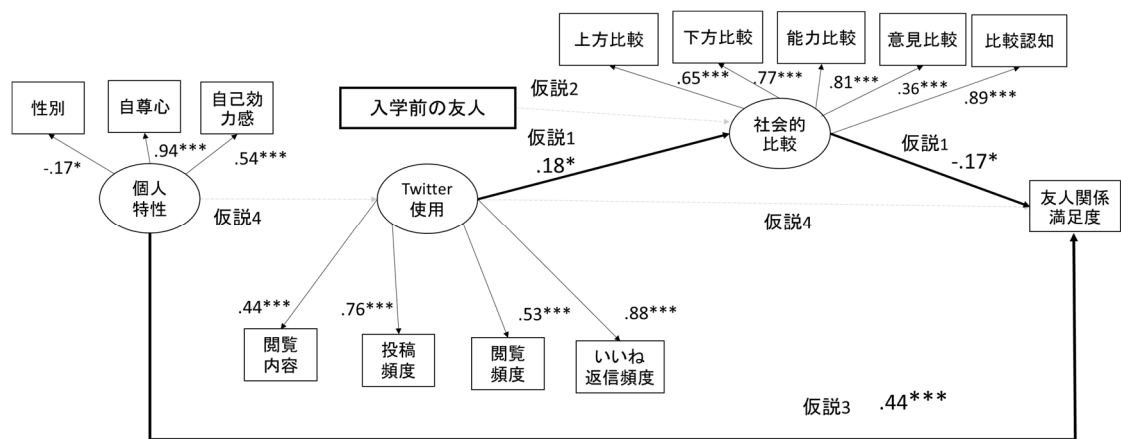


図 7 入学前の友人・知人の結果

* $p < .05$ *** $p < .001$

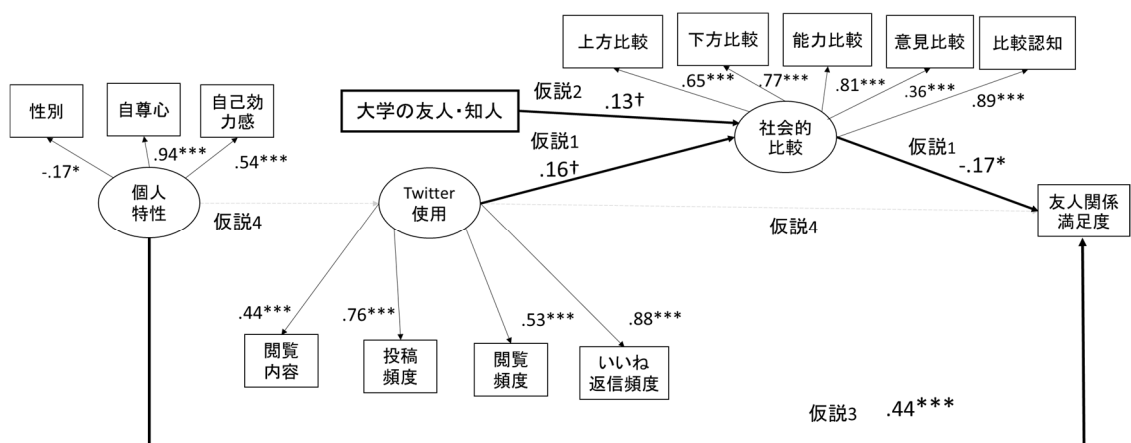


図 8 大学の友人・知人の結果

$^\dagger p < .10$ * $p < .05$ *** $p < .001$

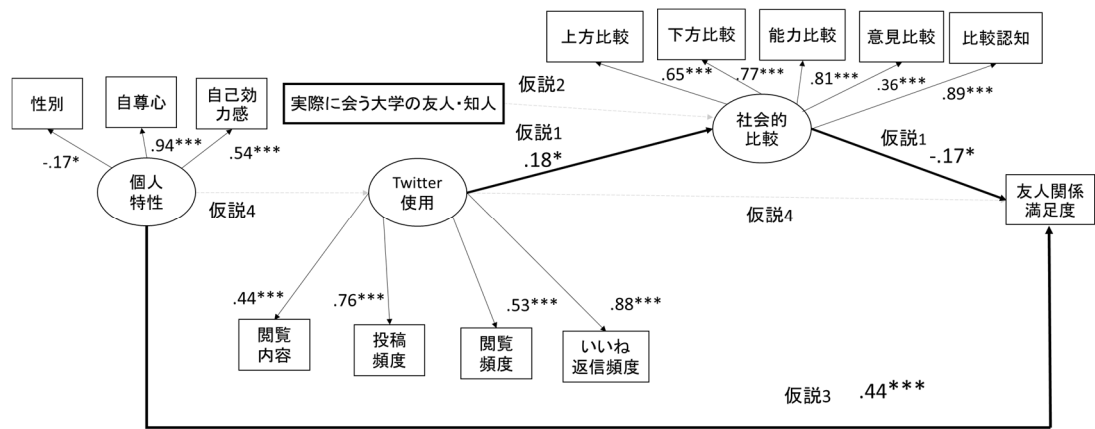


図 9 実際に会う大学の友人・知人の結果

* $p<.05$ *** $p<.001$

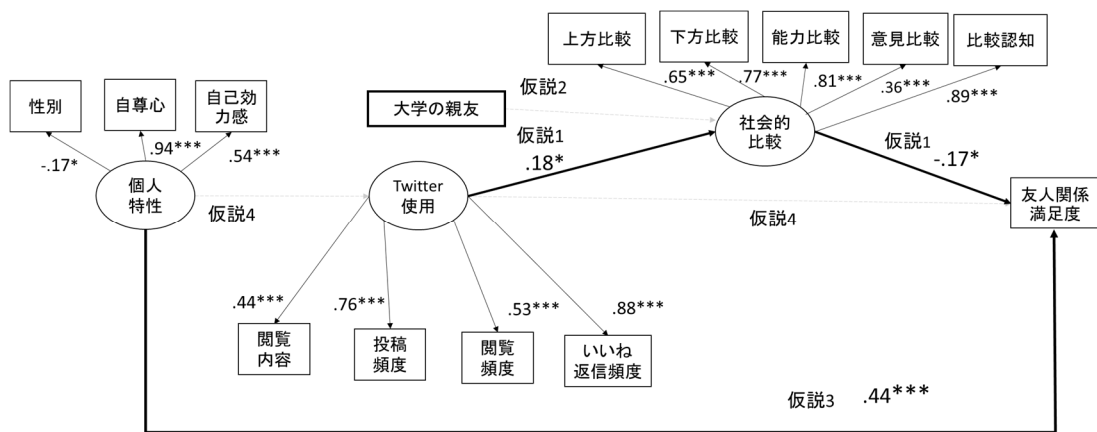


図 10 大学の親友の結果

* $p<.05$ *** $p<.001$

4. 考察とまとめ

4.1 各仮説について

本研究の目的は大学生の Twitter 上での社会的比較の実態と友人関係満足度への影響を明らかにし、大学生の大学生活への適応を検討することである。個人の特性についてみると、SEM の分析結果から仮説 3 が支持され、「個人特性」が、「友人関係満足度」に影響を与えた。性別の違いも見られたが、従来の知見(富岡, 2013)通り自尊心が高く、自己効力感が高い学生は友人との関係に満足していた。本研究においても、自尊心と自己効力感は共に良好な友人関係を築くうえで重要な要素であった。

仮説 4 は支持されず、これまで海外で行われた Facebook に関する知見と違い、自尊心を含む「個人特性」から「Twitter 使用」への効果は見られず、「Twitter 使用」から「友人関係満足度」への効果もみられなかった。今回の調査において、大学生の Twitter 利用状況を見てみると、毎日と週に数回を足し合わせた週に数回以上の利用頻度は閲覧で 94.9%、投稿は 60.5%、いいね・返信は 79.6%であり、投稿以外は 8 割近くが週に数回以上行われている。また大学入学前の友人と大学の友人・知人を合わせると 57.4%で半数以上が既知の関係という結果であった。Facebook の知見では自尊心が低い人がオフラインでの対人関係を補うために Facebook を多く利用していたが、Twitter は既知の他者との関係を維持するコミュニケーションのツールとしての側面があり、大学生は Twitter を利用することが日常になっており、自尊心、自己効力感に由来する影響がみられなかった可能性が考えられる。また今回 Twitter の使用は友人関係満足度に影響がみられなかった。オフラインの生活に影響を与える要素としては、週に何回閲覧、投稿、いいね・返信するという頻度よりも 1 日に何時間利用するかが重要であろう。今回 SEM の分析において「Twitter 使用」はモデルの適合度の当てはまりから観測変数として 1 日の利用時間が除外されている。その影響もあり友人関係満足度に影響を及ぼさなかった可能性も考えられる。しかし、重回帰分析や相関分析においても 1 日の利用時間は友人関係満足度との関連が見られない。Twitter を利用する大学生は、先述したように Twitter をあくまでコミュニケーションのツールとして利用しているため、オフラインの生活に悪影響を及ぼすほど Twitter を過度に使用するということはなく、Twitter の使用によるオフラインの生活への影響は少ない可能性が考えられる。

上記に述べたように「Twitter 使用」から「友人関係満足度」への直接効果は見られなかったが、「Twitter 使用」は「社会的比較」に正の効果を与え、「社会的比較」は「友人関係満足度」に負の効果を与え、仮説 1 は支持された。大学生は Twitter を使用すればするほど、より多くの社会的比較を行い、社会的比較を認知していると言える。そして社会的比較を行うと友人関係満足度が低下する。社会的比較について詳細にみてみると、「社会的比較」は社会的比較の認知、能力比較、下方比較、上方比較、意見比較の順番で影響を及ぼした。Cramer ら(2016)の調査においても社会的比較を認識することが Facebook 疲れとの関係がみられたこと、能力比較が意見比較より多く行われ(Wheeler & Miyake, 1992)、能力比較

が意見比較よりネガティブな感情と関係していた(外山, 2002)ことを踏まえると、これらの点は先行研究を支持したといえよう。そして新しい知見として、上方比較より下方比較において社会的比較からの影響が強く、下方比較により友人関係満足度を低下させる可能性も示唆した。従来の知見では上方比較により他者が自分より幸せに見え、自分がみじめになり友人関係満足度が低下するというものであった。今回の結果においてもそのような上方比較により友人関係満足度が低下する側面もあると考えられるが、下方比較による友人関係満足度への影響も考慮する必要性がある。下方比較では同化が行われた際に否定的な感情や、自己評価の低下が起こる(Lockwood, 2002)。Twitter で他者の投稿を見て下方比較をし、同化が行なわれた結果、自分の評価が低下し、友人関係満足度が低下した可能性が考えられる。また Twitter と Facebook の違いに由来し下方比較への効果が高かった可能性が考えられる。Twitter では自己アピールばかりのポジティブな投稿だけでなく、ネガティブなものも投稿される(北村, 2016b)。Twitter では Facebook よりもネガティブな投稿内容について目に入りやすく下方比較が起きやすい可能性が考えられる。また今回の調査では、大学の友人・知人の比率と下方比較に正の相関関係が見られた。Twitter は他者と簡単に繋がれることから、大学の友人・知人の中には Twitter 由来で繋がり、Twitter 上でフォローしているのみの関係である友人・知人もいると考えられる。そのような友人・知人はオフラインでの関係が少ない・ないため、オフラインでの関係性について考慮する必要がない点、フォローしている人物の情報について知らないという点から、自分より劣っているというような下方比較をしやすい可能性が考えられる。

仮説 2 は社会的比較がフォローしている人との関係によって変わるという言うものであった。この仮説は「大学の友人・知人」のみ「社会的比較」へ有意な傾向で効果がみられるのみにとどまった。社会的比較は類似した他者との比較を基本としている。大学入学前の友人が社会的比較に効果を与えなかったのは、大学入学前の友人が類似する他者とみなされなかった可能性が考えられる。大学入学前と入学後では環境が違うため入学前の友人は大学の適応において参考になりにくいと考えられ、自身と類似する他者とみなされず社会的比較の対象として重視されなかった可能性が考えられる。大学の友人・知人、実際に会う友人・知人、大学の親友については類似する他者として認識されているであろう。しかし、実際に会う友人・知人と親友に関しては実際に会う際、つまりオフラインでも社会的比較を行っていると考えられる。オフラインでも社会的比較を行っていることから、Twitter 上での情報は社会的比較の対象として重視されず、効果を及ぼさなかったと考えられる。大学の友人・知人については実際に会う友人・知人と親友に比べ、Twitter でのみ得られる情報が多いと考えられる。結果 Twitter 上で得られる情報について重視され、Twitter 上での社会的比較に影響を与える可能性を示唆したと考えられる。Twitter 上での社会的比較に影響を与える要素は、相手との類似性も考慮され関わっているであろうが、類似性だけでなく対象となる相手の情報をオフラインで入手できるか、できないかが関わっている可能性がある。

4.2 まとめと課題

Twitterは友人とのコミュニケーションや娯楽のため(北村, 2016a)に日本の大学生に頻繁に使われているが、Twitter 上の社会的比較の影響について十分に検討されてこなかった。本研究では大学生の Twitter 上での社会的比較について調査し、Twitter 上でも社会的比較が行われ、その結果友人関係の満足度に負の影響があることを示した。とくに従来の Facebook の知見(Vries&Kuhne, 2015)で言われていた上方比較だけでなく、下方比較による影響も示唆された。大学生の社会的比較はアイデンティティを確立するうえで重要であり、また大学生にとって Twitter は日常のものであることから抑制させることは難しいであろう。まず重要なのは Twitter だけでなく SNS 上で社会的比較というものが起きるということを知り、その影響についても理解することであろう。そしてその事実について知り、自己呈示的な情報だけでなく、自己卑下的でネガティブな情報についても注意を払うことで、社会的比較を無暗にしないようにすることが重要である。また本研究では、自尊心が高く、特性自己効力が高い学生が友人関係に満足をしていた。Buunk ら(1990)や外山(2009)の知見では自尊心や特性自己効力感の高い人は社会的比較をうまく利用していることから、これらを高める教育がより重要になってくるであろう。

本研究の目的は大学生の Twitter 上での社会的比較の実態とその影響を明らかにし、大学生の適応に貢献することであった。今回の調査では限られた授業の受講者を調査したため、1年生と2年生の学生が多く、平均年齢 19.1 歳、SD1.39 歳という狭い幅のデータしか得られず、学年や年齢による効果の分析を断念した。1、2 年生はアイデンティティの発達段階にあり、社会的比較の影響をみるために適切であったと考えるが、大学生の学校生活への適応についてより詳細に検討するには各学年に十分なデータ数が得られるよう調査する必要がある。

今回の調査結果では上方比較だけでなく、下方比較による影響も示唆された。これは Twitter の特性だけでなく日本の文化による起因が大きい可能性がある。今後の調査においては文化的な要因を踏まえ Twitter における社会的比較について調査する必要がある。

参考文献

- 1) Bandura, A. (1994). “*Self-efficacy*”, In, V. S. Ramachandran(Ed), *Encyclopedia of Human behavior*, Vol4 , pp. 71–81, New York; Academic press.
- 2) Butzer, B., & Kuiper, N. A. (2006). “Relationships between the frequency of social comparisons and self-concept clarity, intolerance of uncertainty, anxiety, and depression”. *Personality and Individual Differences*, 41(1), pp.167–176.
- 3) Buunk, B. P., Collins, R. L., Taylor, S. E., VanYperen, N. W., & Dakof, G. A. (1990). “The affective consequences of social comparison: Either direction has its ups and downs”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59(6), pp.1238–1249.
- 4) Chou, H. T., & Edge, N. (2012). “They Are Happier and Having Better Lives than I Am”: The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others’ Lives. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 15(2), 117–121.
- 5) Cramer, E. M., Song, H., & Drent, A. M. (2016).” Social comparison on Facebook: Motivation, affective consequences, self-esteem, and Facebook fatigue”. *Computers in Human Behavior*, 64, pp.739–746.
- 6) Denti, L., Barbopuolos, I., Nilsson, I., Holmberg, L., Thulin, M., Wendeblad, M., ... Davidsson, E. (2012). *Sweden’s largest Facebook study*.
- 7) Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). “The Benefits of Facebook “Friends”: Social Capital and College Students’ Use of Online Social Network Sites”. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), pp.1143–1168.
- 8) Festinger, L. (1954). “A Theory of Social Comparison Processes”. *Human Relations*, 7(2), pp.117–140.
- 9) Gilbert, G., & Barton, H. (2013). “The motivations and personality traits that influence Facebook usage”. *Cyberpsychology and New Media*, Edited by Andrew Power and Grainne Kirwan, Psychology Press. pp.26–37.
- 10) Jang, K., Park, N., & Song, H. (2016). “Social comparison on Facebook: Its antecedents and psychological outcomes”. *Computers in Human Behavior*, 62, pp.147–154.
- 11) Lee, S. Y. (2014). “How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook”. *Computers in Human Behavior*, 32, pp.253–260.
- 12) Lockwood, P. (2002). “Could it happen to you? Predicting the impact of downward comparisons on the self.” *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(3), pp.343–358.
- 13) Mehdizadeh, S. (2010). “Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook”. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), pp.357–364.

- 14) Mimura, C., & Griffiths, P. (2007).” A Japanese version of the Rosenberg Self-Esteem Scale: Translation and equivalence assessment”. *Journal of Psychosomatic Research*, 62(5), pp.589–594.
- 15) Panger, G. (2014). Social comparison in social media: A look at Facebook and Twitter. *CHI’14 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, 2095–2100.
- 16) Satıcı, S. A., & Uysal, R. (2015). “Well-being and problematic Facebook use”. *Computers in Human Behavior*, 49, pp.185–190.
- 17) Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). “Social comparison, social media, and self-esteem”. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), pp.206–222.
- 18) Vries, D. A. De, & Kuhne, R. (2015). “Facebook and self-perception: Individual susceptibility to negative social comparison on Facebook”. *Personality and Individual Differences*, 86, pp.217–221.
- 19) Wheeler, L., & Miyake, K. (1992). “Social comparison in everyday life”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62(5), pp.760–773.
- 20) Wills, T. A. (1981).” Downward comparison principles in social psychology”. *Psychological Bulletin*, 90(2), pp.245–271.
- 21) 河井大介. (2014). ソーシャルメディア・パラドクス：ソーシャルメディア利用は友人関係を抑制し精神的健康を悪化させるか. 『社会情報学』, 3(1), pp.31–46.
- 22) 岩崎眞和, 五十嵐透子. (2014). 青年期用感謝尺度の作成. 『心理臨床学研究』, 32(1), pp.107–118.
- 23) 石井美穂, 平山栄治, 野村和孝ほか. (2015). 大学生のアイデンティティと自己効力感が職業未決定に及ぼす影響の検討. 『早稲田大学臨床心理学研究』, 15(1), pp.45–52.
- 24) 内田知宏, 上埜高志. (2010). Rosenberg 自尊感情尺度の信頼性および妥当性の検討—Mimura & Griffiths 訳の日本語版を用いて. 『東北大学大学院教育学研究科研究年報』, 58(2), pp.257–266.
- 25) 岡本卓也. (2016). SNS ストレス尺度の作成と SNS 利用動機の違いによる SNS ストレス. 『信州大学人文科学論集』, 4, pp.113–131.
- 26) 上瀬由美子, 堀野緑. (1995). 自己認識欲求喚起と自己情報収集行動の心理的背景: 青年期を対象として. 『教育心理学研究』, 43(1), pp.23–31.
- 27) 北村智, 佐々木裕一, 河井大介. (2016a). ツイッターの心理学：情報環境と利用者行動.
- 28) 北村智. (2016b). Twitter 利用者はどのような感情をツイートするのか：利用動機の観点からの分析. 『コミュニケーション科学』, (43), pp.3–21.
- 29) 鈴木英男, 遠藤真紀, 神野建ほか. (2015). ソーシャルメディアにおけるプライバシーリスクの盲点：リスク逡減に向けた論点整理. 『東京情報大学研究論集』, 18(2), pp.1–15.

- 30) 総務省 . (2017). 平成 29 年版情報通信白書 .
<<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/pdf/29honpen.pdf> >
Accessed July 4, 2019.
- 31) 高田利武. (1987). 社会的比較による自己評価における自己卑下の傾向. 『実験社会心理学研究』, 27(1), pp.27–36.
- 32) 高田利武. (1999). 日常事態における社会的比較と文化的自己観:横断資料による発達の検討. 『実験社会心理学研究』, 39(1), pp.1–15.
- 33) 高田利武. (2011). 他者と比べる自分: 社会的比較の心理学 (新版, Vol. 3). 東京都: サイエンス社.
- 34) 高坂康雅. (2008). 自己の重要領域からみた青年期における劣等感の発達の变化. 『教育心理学研究』, 56(2), pp.218–229.
- 35) 高比良美詠子, 坂元章, 森津太子ほか. (2001). 情報活用の実践力尺度の作成と信頼性および妥当性の検討. 『日本教育工学雑誌』, 24(4), pp.247–256.
- 36) 高橋尚也, 伊藤綾花. (2016). SNS 利用における青年の対人関係特性: Twitter と LINE 利用時の行動に注目した検討. 『立正大学心理学研究所紀要 The Journal of the Institute of Psychology, Rissho University』, (14), pp.39–50.
- 37) 富岡比呂子. (2013). 児童の自己概念と自己効力感: 学校適応感との関連性について. 『創大教育研究』, (22), pp.79–93.
- 38) 外山美樹. (2002). 社会的比較志向性と心理的特性との関連: 社会的比較志向性尺度を作成して. 『筑波大学心理学研究』, 24, pp.237–244.
- 39) 外山美樹. (2009). 社会的比較が学業成績に影響を及ぼす因果プロセスの検討 - 感情と行動を媒介にして:感情と行動を媒介にして. 『パーソナリティ研究』, 17(2), pp.168–181.
- 40) 中村真, 松田英子. (2013). 大学生の学校適応に影響する要因の検討: 大学不適応, 大学満足, 就学意欲に着目して. 『江戸川大学紀要 = Bulletin of Edogawa University』, (23), pp.151–160.
- 41) 成田健一, 下仲順子, 中里克治ほか. (1995). 特性的自己効力感尺度の検討:生涯発達の利用の可能性を探る. 『教育心理学研究』, 43(3), pp.306–314.
- 42) 本條晴一郎. (2014). 国際比較のための心理尺度を用いたソーシャルメディア利用の研究—信頼、文化的自己観、および高コンテキスト/低コンテキストコミュニケーション—. 『モバイル社会研究所ワーキングペーパー』, 11.
- 43) 村本由紀子. (1989). アイデンティティ確立の発達段階の違いが社会的比較に及ぼす効果. 『社会心理学研究』, 4(1), pp.1–10.
- 44) 叶少瑜, 歳森敦, 堀田龍也. (2016). 大学生のメディア／ソーシャルメディア使用とネット・リテラシーとの因果関係, 及び社会的スキルと性別の効果. 『日本教育工学会論文誌』, 40(3), pp.165–174.

謝辞

本研究ではたくさんの人の助けを頂きました。まず本調査に、ご協力・ご回答いただきました皆様に心より感謝を申し上げます。指導教官の歳森敦教授からは、ご多忙な中、多大な助言を賜りました。厚く感謝を申し上げます。副指導教官の叶少瑜助教からは、熱心で綿密な研究指導をして頂きました。そして研究面だけでなく精神的な支えもして頂きました。感謝の意を言葉だけで表現するのは難しいですが、この場で厚く御礼を申し上げ、感謝を申し上げます。そして最後まで見守ってくださった両親にも感謝を申し上げます。

付録

調査票

大学生のネット・リテラシーとソーシャルメディア利用に関する調査

Part A:

Q1.あなたご自身について記入してください。

1. 性別	<input type="checkbox"/> 男性／ <input type="checkbox"/> 女性	2. 年齢	満 _____ 歳	3. 学年	<input type="checkbox"/> 1 年	<input type="checkbox"/> 2 年	<input type="checkbox"/> 3 年	<input type="checkbox"/> 4 年
4. 所属		5. 居住状況	<input type="checkbox"/> 宿舎 <input type="checkbox"/> 一人暮らしで下宿 <input type="checkbox"/> 親族と同居 <input type="checkbox"/> 友人・知人と同居 <input type="checkbox"/> その他()					

Q2.下記の質問についてあなたにとって最もあてはまるものに○を付けてください。

質問項目	非常に当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
1. 自分が立てた計画は、うまくできる自信がある	5	4	3	2	1
2. しなければならないことがあっても、なかなか取りかからない	5	4	3	2	1
3. 初めはうまくいかない仕事でも、できるまでやり続ける	5	4	3	2	1
4. 新しい友達を作るのが苦手だ	5	4	3	2	1
5. 重要な目標を決めても、めったに成功しない	5	4	3	2	1
6. 何かを終える前にあきらめてしまう	5	4	3	2	1
7. 会いたい人を見かけたら、向こうから来るのを待たないでその人の所へ行く	5	4	3	2	1
8. 困難に出会うのを避ける	5	4	3	2	1
9. 非常にややこしく見えることには、手を出そうと思わない	5	4	3	2	1
10. 友達になりたい人でも、友達になるのが大変ならばすぐに止めてしまう	5	4	3	2	1
11. 面白くないことをする時でも、それが終わるまでがんばる	5	4	3	2	1
12. 何かをしようと思ったら、すぐにとりかかる	5	4	3	2	1
13. 新しいことを始めようと決めても、出だしでつまずくとすぐにあきらめてしまう	5	4	3	2	1
14. 最初は友達になる気がしない人でも、あきらめないで友達になろうとする	5	4	3	2	1
15. 思いがけない問題が起こった時、それをうまく処理できない	5	4	3	2	1
16. 難しそうなことは新たに学ぼうと思わない	5	4	3	2	1
17. 失敗すると、一生懸命やろうと思う	5	4	3	2	1
18. 人の集まりの中では、うまく振る舞えない	5	4	3	2	1
19. 何かをしようとする時自分にそれができるかどうか不安になる	5	4	3	2	1
20. 人に頼らない方だ	5	4	3	2	1
21. 私は自分から友達を作るのがうまい	5	4	3	2	1
22. すぐにあきらめてしまう	5	4	3	2	1
23. 人生で起きる問題の多くは処理できるとは思えない	5	4	3	2	1

次のページに続く

Q3. 現在のあなたの生活の中で、ご自身について最もあてはまるものに○を付けてください。

質問項目	非常に あてはまる	やや あてはまる	どちら でもない	あまり あてはまる	全く あてはまる
1. 私は、自分自身にだいたい満足している	5	4	3	2	1
2. 時々、自分はまったくダメだと思うことがある	5	4	3	2	1
3. 私にはけっこう長所があると感じている	5	4	3	2	1
4. 私はほかの大半の人と同じくらいに物事がこなせる	5	4	3	2	1
5. 私には誇れるものがたいしてないと感じる	5	4	3	2	1
6. 時々、自分は役に立たないと強く感じることもある	5	4	3	2	1
7. 自分は少なくともほかの人と同じくらい価値のある人間だと感じている	5	4	3	2	1
8. 自分のことをもう少し尊敬できたらいいと思う	5	4	3	2	1
9. よく、私は落ちこぼれだと思ってしまう	5	4	3	2	1
10. 私は、自分のことを前向きに考えている	5	4	3	2	1

Q4. 下記の質問についてあなたにとって最もあてはまるものに○を付けてください。

質問項目	とても そう思う	やや そう思う	どちら でもない	あまり そう思わない	全く そう思わない
1. 友人とのつきあいはうまくいっていると感じる	5	4	3	2	1
2. 友人といるときの自分は、本当の自分ではない気がする	5	4	3	2	1
3. 私のことを支持してくれる人がいる	5	4	3	2	1
4. 友人とのつきあいが、本当はつらいときがある	5	4	3	2	1
5. 今の友人関係は、私が望んでいたものと違っている	5	4	3	2	1
6. 友人関係は今のままでいいと思う	5	4	3	2	1
7. 私のことを本当に理解してくれる人がいる	5	4	3	2	1
8. 友人と気持ちが通じ合っていると感じる	5	4	3	2	1
9. 友人関係は自分にはあわないと思う	5	4	3	2	1
10. 周囲の人たちに受け入れられていると感じる	5	4	3	2	1
11. 友人といると時には、自分らしくいられる	5	4	3	2	1
12. 友人関係に満足している	5	4	3	2	1

次のページに続く

次のページに続く

1. 投稿しない 2. 月に1回以下 3. 週に1回程度 4. 週に数回程度 5. ほぼ毎日

(8) あなたは Twitter でどのような内容を投稿しますか。該当する番号を選んでください。(複数回答)

1. 趣味関連 2. 日常の友人関係 3. テストやレポートの成績 4. アルバイトに関するもの
5. 自分の日常について 6. 写真や動画を含めたツイート 7. 友人同士のリプライ等のやりとり
8. 自虐的なツイート 9. 意見を求めるツイート 10. 共感を求めるツイート
11. その他()

(9) あなたはどれほど、Twitter で他の人の投稿にいいねや返信を行いますか。

1. 行わない 2. 月に1回以下 3. 週に1回程度 4. 週に数回程度 5. ほぼ毎日

Q4. あなたの Twitter での態度や気持ちについてお尋ねします。最も当てはまるものに○を付けてください。

質問項目	非常に当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
1. 不快なツイートを見ても、何事もなかったように別の話題をツイートする	5	4	3	2	1
2. 不快なツイートを見たら見て見ぬふりをする	5	4	3	2	1
3. 批判や意見が分かれるようなツイートをしない	5	4	3	2	1
4. どのようなツイートがあっても気にしない	5	4	3	2	1
5. Twitter を利用しているとき、自分と他の人を比べていると感じる	5	4	3	2	1
6. Twitter は他の人と自分を比べる気にさせる	5	4	3	2	1
7. Twitter は他の人と自分を比べることを容易にしていると感じる	5	4	3	2	1
8. Twitter で他の人と自分を比べるとき、自分より優れている人に注目する	5	4	3	2	1
9. Twitter で他の人と自分を比べるとき、自分より劣っている人に注目する	5	4	3	2	1

次のページに続く

Q5. あなたの Twitter を使用した経験を踏まえてあなたは Twitter で他の人と自分を比較しますか。下記の項目について最もあてはまるものに○を付けてください。

質問項目	非常に当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
1. 自分の親しい人の状況と、他の人の状況をよく比べる	5	4	3	2	1
2. 他の人のやり方と比べて自分のやり方はどうか、気にするときがある	5	4	3	2	1
3. 何かに対して自分がどのくらいうまくできたのかを知りたいときには、他の人のやったことと自分のやったことを比べる	5	4	3	2	1
4. 自分がどのくらい社会的であるかを、他の人とよく比べる	5	4	3	2	1
5. あまり自分と他の人を比べるほうではない	5	4	3	2	1
6. 今まで自分がやりとげたことについて、他の人とよく比べる	5	4	3	2	1
7. 他の人とお互いの意見や経験について話すのが好きだ	5	4	3	2	1
8. 自分と似たような問題に直面している人が、何を考えているのかよく知ろうとする	5	4	3	2	1
9. 私は、他の人だったら同じ状況でどうするのかを知りたいときがある	5	4	3	2	1
10. 何かについてもっと知りたいと思うとき、それについて、他の人が何を考えているのかを知ろうとする	5	4	3	2	1
11. 自分の境遇と他人の境遇の違いをあまり考えたりはしない	5	4	3	2	1

Q6. 次はあなたの Facebook の使用状況についてお尋ねします。該当する番号を選んでください。

- (1) あなたは Facebook のアカウントを持っていますか。(複数アカウントがある場合、メインアカウントについて教えてください)
1. はい 2. いいえ (7 ページの Q.9 にお進みください)
- (2) あなたの Facebook 上の友達の数をお教えください(おおよそで構いません)
- 友達 _____ 人
- (3) 下記の項目についてそれぞれ Facebook の友達の何人程度かを教えてください(おおよそで構いません)
- 大学入学前からの友達 _____ 人; 筑波大学の友達・知人 _____ 人
- 実際に会う筑波大学の友達・知人 _____ 人; 筑波大学の中での親友 _____ 人
- (4) あなたは平均して一日にどれほど, Facebook を利用しますか。
1. 1 時間未満 2. 1 時間～2 時間未満 3. 2 時間～3 時間未満 4. 3 時間～4 時間未満
5. 4 時間～5 時間未満 6. 5 時間～6 時間未満 7. 6 時間以上
- (5) あなたはどれほど, Facebook で閲覧を行いますか。
1. 閲覧しない 2. 月に 1 回以下 3. 週に 1 回程度 4. 週に数回程度 5. ほぼ毎日

次のページに続く

(6) あなたは Facebook を閲覧しているとき、他人のどのような投稿内容に興味を持ちますか。該当する番号を選んでください。(複数回答)

1. 共通の趣味 2. 日常の友人関係 3. テストやレポートの成績 4. アルバイトに関するもの
5. 日常が充実している投稿 6. 写真や動画を含めた投稿 7. 友人同士のコメント等のやりとり
8. 自虐的な投稿 9. 意見を求められる投稿 10. 共感を求められる投稿
11. その他()

(7) あなたはどれほど、Facebook で投稿を行いますか。

1. 投稿しない 2. 月に1回以下 3. 週に1回程度 4. 週に数回程度 5. ほぼ毎日

(8) あなたは Facebook でどのような内容を投稿しますか。(複数回答)

1. 趣味関連 2. 日常の友人関係 3. テストやレポートの成績 4. アルバイトに関するもの
5. 自分の日常について 6. 写真や動画を含めた投稿 7. 友人同士とのコメントのやりとり
8. 自虐的な投稿 9. 意見を求める投稿 10. 共感を求める投稿
11. その他()

(9) あなたはどれほど、Facebook で他の人の投稿にいいねや返信を行いますか。

1. 行わない 2. 月に1回以下 3. 週に1回程度 4. 週に数回程度 5. ほぼ毎日

Q7. あなたの Facebook での態度や気持ちについてお尋ねします。最も当てはまるものに○を付けてください。

質問項目	非常に当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
1. 不快な投稿を見ても、何事もなかったように別の話題を投稿する	5	4	3	2	1
2. 不快な投稿を見たら見て見ぬふりをする	5	4	3	2	1
3. 批判や意見が分かれるような投稿をしない	5	4	3	2	1
4. どのような投稿があっても気にしない	5	4	3	2	1
5. Facebook を利用しているとき、自分と他の人を比べていると感じる	5	4	3	2	1
6. Facebook は他の人と自分を比べる気にさせる	5	4	3	2	1
7. Facebook は他の人と自分を比べることを容易にしていると感じる	5	4	3	2	1
8. Facebook で他の人と自分を比べるとき、自分より優れている人に注目する	5	4	3	2	1
9. Facebook で他の人と自分を比べるとき、自分より劣っている人に注目する	5	4	3	2	1

次のページに続く

Q8. あなたの Facebook を使用した経験を踏まえてあなたは Facebook で他の人と自分を比較しますか。下記の項目について最もあてはまるものに○を付けてください。

質問項目	非常に当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
1. 自分の親しい人の状況と、他の人の状況をよく比べる	5	4	3	2	1
2. 他の人のやり方と比べて自分のやり方はどうであるか、気にするときがある	5	4	3	2	1
3. 何かに対して自分がどのくらいうまくできたのかを知りたいときには、他の人のやったことと自分のやったことを比べる	5	4	3	2	1
4. 自分がどのくらい社会的であるかを、他の人とよく比べる	5	4	3	2	1
5. あまり自分と他の人を比べるほうではない	5	4	3	2	1
6. 今まで自分がやりとげたことについて、他の人とよく比べる	5	4	3	2	1
7. 他の人とお互いの意見や経験について話すのが好きだ	5	4	3	2	1
8. 自分と似たような問題に直面している人が、何を考えているのかよく知ろうとする	5	4	3	2	1
9. 私は、他の人だったら同じ状況でどうするのかを知りたいときがある	5	4	3	2	1
10. 何かについてもっと知りたいと思うとき、それについて、他の人が何を考えているのかを知ろうとする	5	4	3	2	1
11. 自分の境遇と他人の境遇の違いをあまり考えたりはしない	5	4	3	2	1

Q9. あなたのインターネットやソーシャルメディアでの利用について最もあてはまるものに○を付けてください。

質問項目	非常に当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
1. 自分はインターネットを使うことに精通している	5	4	3	2	1
2. 自分はインターネットで情報を探すことに関して知識が深いと思う	5	4	3	2	1
3. 概してインターネットの情報は、それに関連する危険性の姿を表せていない	5	4	3	2	1
4. Twitter や Facebook などから必要な情報をさがすことができる	5	4	3	2	1
5. Twitter や Facebook 経由の情報に対して、真意が判断できる	5	4	3	2	1
6. Twitter や Facebook を通じて新しい知り合いを作ることができる	5	4	3	2	1
7. Twitter や Facebook を通じて見知らない人とのコミュニケーションをもつようにしている	5	4	3	2	1

次のページに続く

質問項目	非常に当てはまる	やや当てはまる	どちらでもない	あまり当てはまらない	全く当てはまらない
8. Twitter や Facebook を用いて積極的なコミュニケーションを行うことができる	5	4	3	2	1
9. Twitter や Facebook を使うことによって、個人のコミュニティが大きくなった	5	4	3	2	1
10. Twitter や Facebook など知ったことを、後で本などで確認することがある	5	4	3	2	1
11. Twitter や Facebook など噂を聞いたときには、それがどのくらい根拠があるかを確認している	5	4	3	2	1
12. Twitter や Facebook などから対立する意見があるときはいつも両方の言い分を見比べてそれぞれの良し悪しを判断している	5	4	3	2	1
13. Twitter や Facebook などのソーシャルディアで伝えられる情報は現実を表していない	5	4	3	2	1

質問は、これですべて終了です。お忙しい中ご協力いただき、誠にありがとうございました。
調査に関して、何か思うところがありましたら、ご記入ください。どのようなことでも構いません。